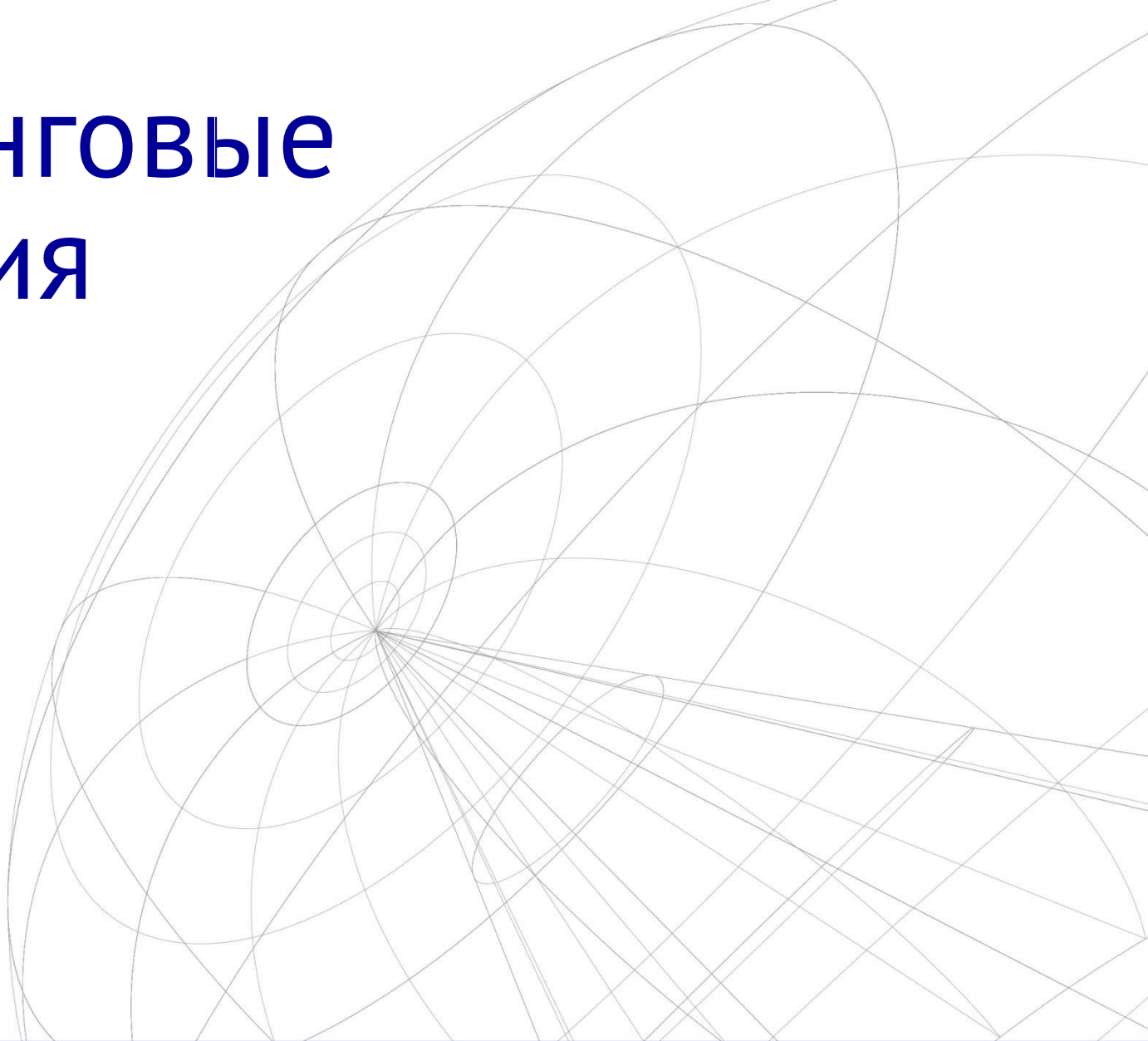


Геомаркетинговые исследования



ЗАО «Геоцентр-Консалтинг»
Научно-производственный
геоинформационный центр

www.digimap.ru

Геомаркетинговые исследования - один из вариантов маркетингового анализа позволяющий проанализировать данные и показатели компании, имеющие пространственную компоненту с точки зрения внутренних и внешних обстоятельств.

Геомаркетинговые исследования позволяют:

- определить оптимальное расположение торгового объекта;
- анализировать конкурентную среду;
- выявить внутреннюю конкуренцию;
- оценить потенциальную аудиторию;
- посчитать потенциальный объем спроса;
- посчитать транспортную доступность;
- оценить инвестиционный потенциал.

Геомаркетинг.

Составные части.

Пространственные
данные



Данные для анализа



Пространственный
анализ



Геомаркетинг.

Этапы работ.

Этап № 1

- Определение типа и темы исследования
- Подбор пространственных данных (аналитического материала) для проведения анализа

Этап № 2

- Геокодирование данных заказчика – подготовка анализируемых данных.

Этап № 3

- Проведение исследования.
- Пространственные диаграммы.
- Поиск оптимального местоположения.

Этап №1

Пространственные данные RuMap.



Базовый набор



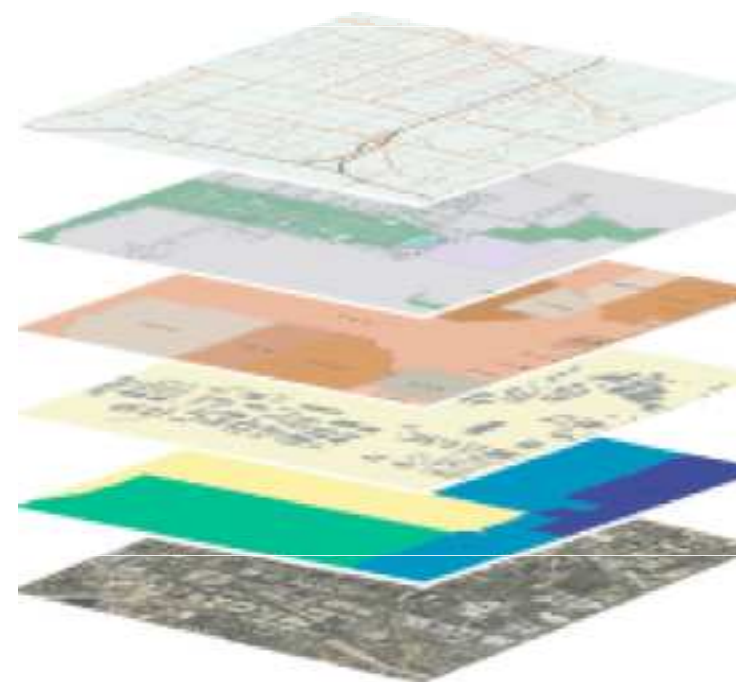
Граф движения



Точки интереса
(POI - Points of Interest)

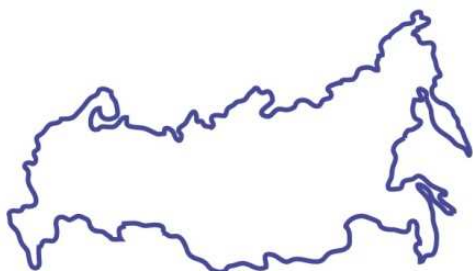


Специальные данные
(население, занятость, трафик и т.д.)

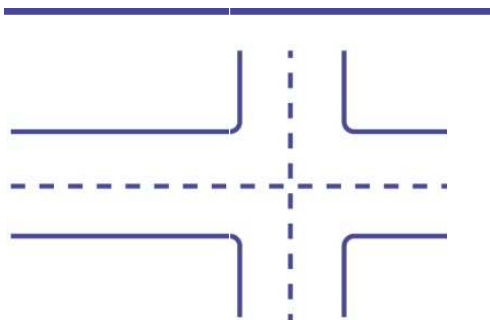


Пространственные данные Rumar. Базовый набор.

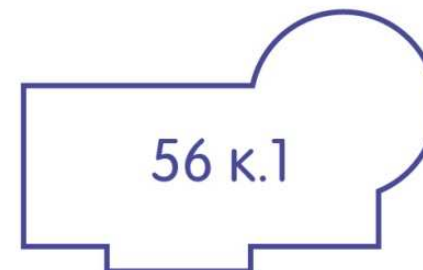
Административное
деление



Транспорт:



Здания и
сооружения:



Географическая (пространственная) основа служит для привязки анализируемых показателей.

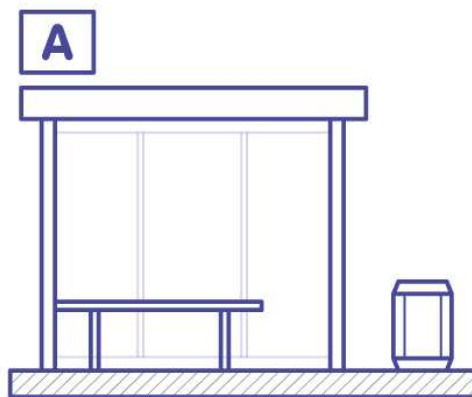
Пространственные данные Rumar.

Point of interest.

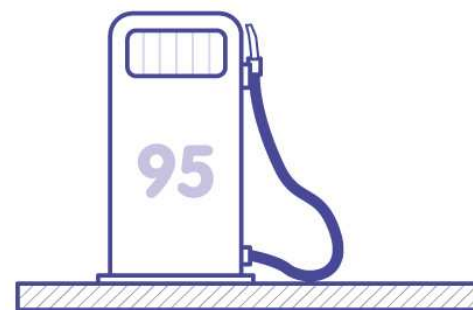
Центры населенных
пунктов



Транспортные
точки



Тематические
точки



Используются при анализе конкурентов и места скопления аудитории

Пространственные данные RuMap. Граф дорог.

Автомобильный



Общественного
транспорта



Пешеходный



Инструмент определения доступности объектов и точек спроса

Пространственные данные Rumar.

Специальные данные. Население.

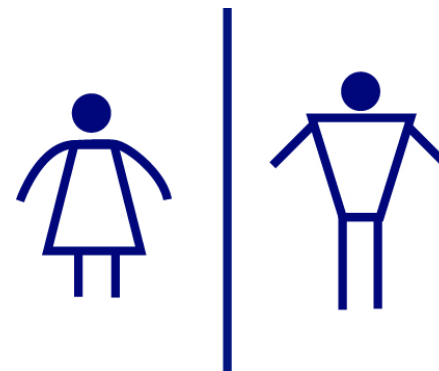
Этажность
зданий



Численность
населения



Половозрастной
состав



Количество
квартир

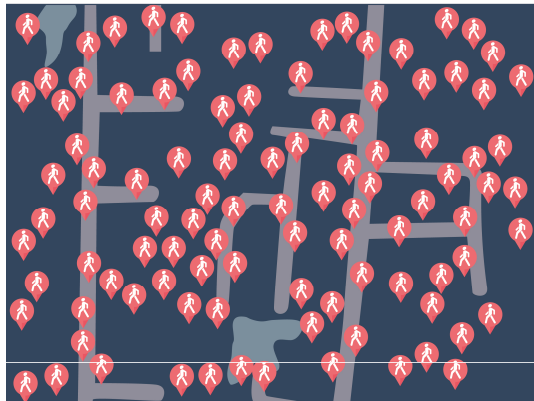


Данные о распределении и количестве населения используются для оценки
коммерческого потенциала территории

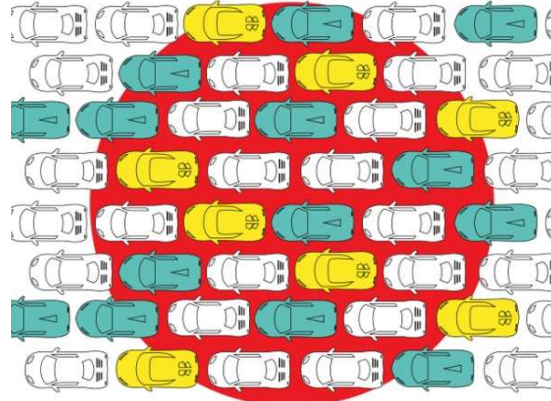
Пространственные данные Rumar.

Специальные данные. Трафик.

Пешеходный
трафик



Пробки



Интенсивность
движения

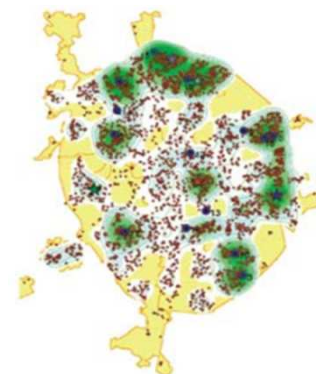


Этап №2. Подготовка данных для анализа.

БД заказчика



Пространственные
данные



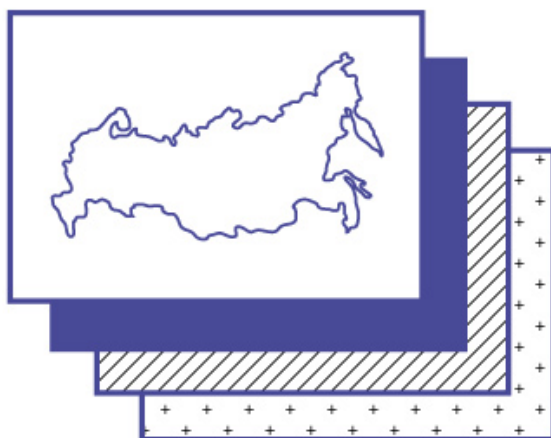
Приведение анализируемых объектов к геоинформационному виду,
привязка данных к:

- Географическим координатам,
- Адресам и адресным справочникам (КЛАДР, ФИАС);
- Кадастровым данным.

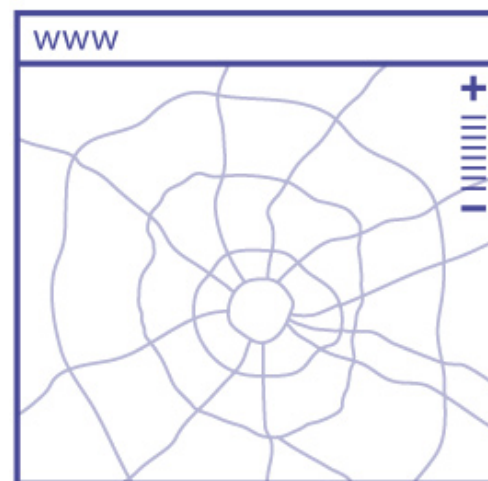
Этап №3.

Варианты исследования.

Пространственные диаграммы



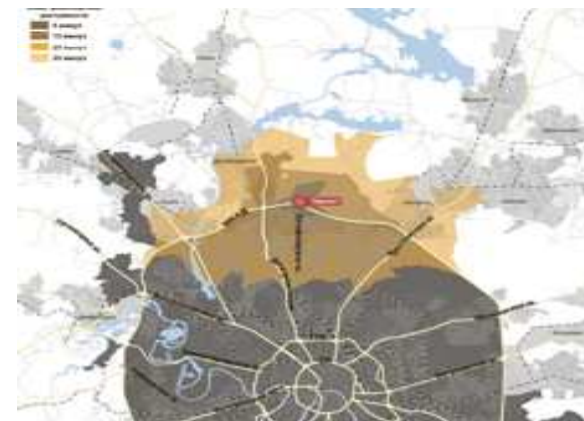
Анализ размещения распределения



Этап №3.

Создание пространственных диаграмм.

- карты плотности распределения показателей (тепловые карты)
- зоны транспортной и пешеходной доступности
- картограммы



Этап №3.

Сценарии выбора оптимального расположения объекта (-ов).

- минимизация затрат (минимальное расстояние до точек спроса);
- обеспечение максимального покрытия (максимальный охват точек спроса);
- минимизация затрат с учетом емкости объекта;
- минимизация количества объектов (определение минимального количества объектов для обеспечения полного покрытия точек спроса).

Этап №3.

Сценарии выбора оптимального расположения объекта (-ов).

- обеспечение максимальной посещаемости (выбор объектов с наибольшей потенциальной посещаемостью);
- обеспечение максимальной доли рынка (обеспечение максимального спроса в зоне присутствия конкурентов);
- достижение целевой доли рынка (выбор минимального количество объектов для обеспечения заданной доли рынка с учетом конкурентов).

Этап №3.

Анализ на основе модели Хаффа.

Модель позволяет рассчитывать:

- потенциальные зоны для каждого из указанных магазинов;
- вероятностную поверхность посещения каждого из указанных магазинов;
- потенциальный объем посетителей каждого из указанных магазинов (при прочих равных условиях);
- моделирование размещения потенциального магазина (построить сценарий изменения ситуации на рынке при появлении новых магазинов).

Кейс. Подготовка тематических наборов данных. Gleden Invest – КСАР – Happold Consulting

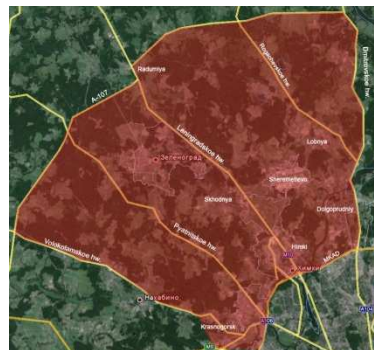
Население и демографические данные

(половозрастной состав, направление миграции, ожидаемые уровни доходов и т.д.)

Уровень занятости населения по отраслям, типу занятости, среднему уровню заработной платы и т.д.

Финансово-экономические показатели организаций (инвестиции в основной капитал, оборот розничной торговли, структура предприятий в регионе по ОКВЭД и т.д.)

Базовая карта и точки интереса (POI) на территорию Москвы и Московской области

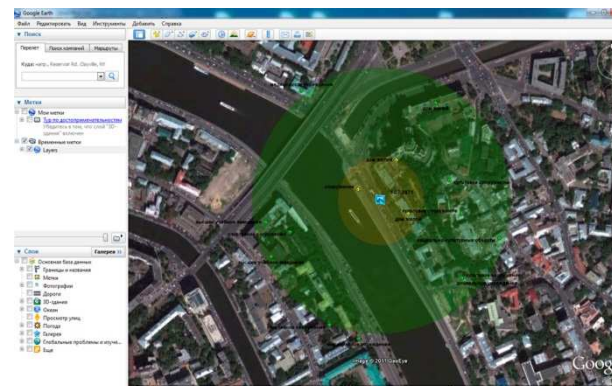


Всего							Указали материал наружных стен								
всего	построены ранее 1957 года	1957 – 1970 гг	1971 – 1995 гг	1996 – 2002 гг	2003 – 2010 гг	не указано время постройки дома	всего	построены ранее 1957 года	1957 – 1970 гг	1971 – 1995 гг	1996 – 2002 гг	2003 – 2010 гг	не указано время постройки дома	всего	построены ранее 1957 года
85910	6285	23080	36348	4793	14881	573	85427	6161	23057	36347	4799	14837	266	37381	384
73285	4704	17332	35325	5882	9145	897	72448	4950	17318	35323	5679	9141	97	30478	222
201714	9400	56102	96623	11412	24565	3612	198404	9350	56076	96592	11411	24561	414	94517	465
145512	14951	34373	78373	6106	8002	2707	142951	14889	34308	78343	6083	8986	342	42863	486
175253	13043	36352	74628	18616	31591	1051	174187	12990	36327	74616	18596	31557	102	67661	561
122933	9041	28206	64977	7536	10197	2976	119874	8974	28140	64902	7494	10156	208	40513	291
11140698	752001	3388598	4734855	832347	853946	578351	10557007	751836	3385673	4729404	831340	851988	6757	2589774	6946
11025508	744738	3365201	4679839	819087	841342	575301	10444635	744013	3362314	4674434	818118	839484	6262	2548902	6917
115190	7883	23397	55016	13260	12604	3050	112372	7822	23359	54970	13222	12504	495	40872	293

Кейс: «Запрещенные объекты» Gallery, Олимп

- Разработка технологии анализа баз данных рекламных конструкций с точки зрения соответствия действующему законодательству в рекламной сфере и поиска потенциальных клиентов
- Разработка программного модуля
- База данных рекламных конструкций
- Составление паспорта объекта с указанием категории опасности и перечнем потенциальных объектов

№	№	наименование	адрес	кварт. местность	Объекты в 100 м	Объекты в 300 м	Оцен. балл	Оцен. балл
1	07-0002	ОТЦ	КАЛУЖСКОЕ Ш. 3/1		Ул. Тельмана, 2/1-1, 2-й этаж. САТОНА КРАСНОГО НА АБРАМЦЕВСКОМ ОСТРОВЕ. Рекламные конструкции: информационно-рекламные, информационно-рекламные, информационно-рекламные. Наименование: ул. М. Яковлева, ул. Девяткино, ДЕТСКИЕ ДОЛЖИТЕЛЬНЫЕ УРОКИ И Т.Д.	1,00	1,00	200,00
2	07-0010	ОТЦ	НОВОСОКОЛЬНИКОС		Субботинский пр., 14. Рекламные конструкции: информационно-рекламные, информационно-рекламные, информационно-рекламные. Наименование: ул. М. Яковлева, ул. Девяткино, ДЕТСКИЕ ДОЛЖИТЕЛЬНЫЕ УРОКИ И Т.Д.	1,00	1,00	200,00
3	07-0011	ОТЦ	ШЕВЧЕВА ГОЛКА		Волгоградский пр., 102. Рекламные конструкции: информационно-рекламные, информационно-рекламные, информационно-рекламные. Наименование: ул. М. Яковлева, ул. Девяткино, ДЕТСКИЕ ДОЛЖИТЕЛЬНЫЕ УРОКИ И Т.Д.	1,00	1,00	200,00
4	10-0001	ОТЦ	СТРОГАНОВСКАЯ УЛ.		Волгоградский пр., 102. Рекламные конструкции: информационно-рекламные, информационно-рекламные, информационно-рекламные. Наименование: ул. М. Яковлева, ул. Девяткино, ДЕТСКИЕ ДОЛЖИТЕЛЬНЫЕ УРОКИ И Т.Д.	1,00	1,00	200,00
5	10-0110	ОТЦ	М. ПУШКИНСКАЯ ГОЛКА		Ул. Тельмана, 2/1-1, 2-й этаж. САТОНА КРАСНОГО НА АБРАМЦЕВСКОМ ОСТРОВЕ. Рекламные конструкции: информационно-рекламные, информационно-рекламные, информационно-рекламные. Наименование: ул. М. Яковлева, ул. Девяткино, ДЕТСКИЕ ДОЛЖИТЕЛЬНЫЕ УРОКИ И Т.Д.	1,00	1,00	200,00



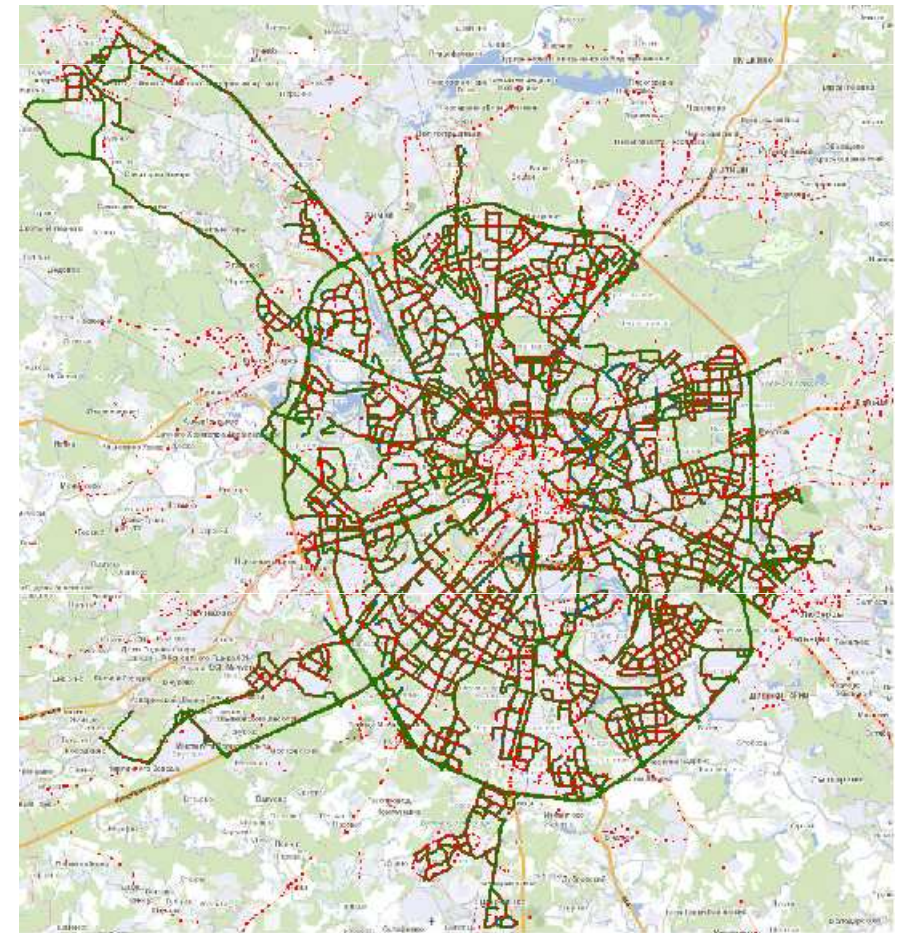
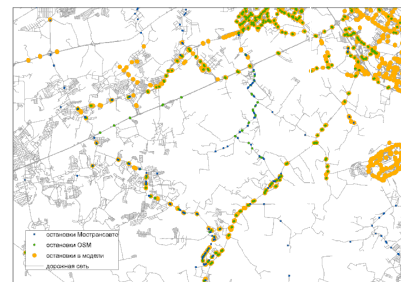
Кейс: Интеллектуальная транспортная система ЦОДД

Разработка навигационного графа для
моделирования

Базовая карта и точки интереса (POI) на территорию
Москвы и Московской области

Предоставление и обработка тематических
статистических данных

Разработка специальных программных модулей для
ArcGIS

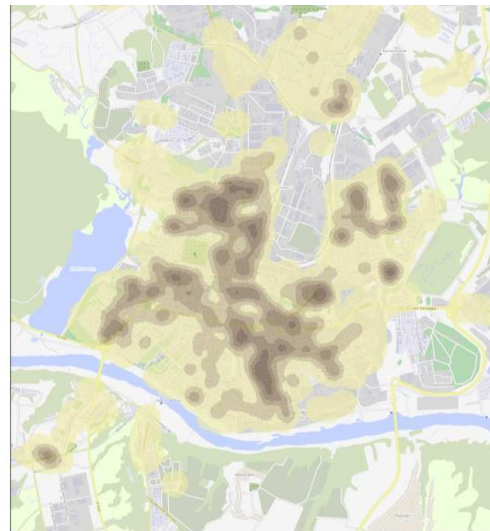
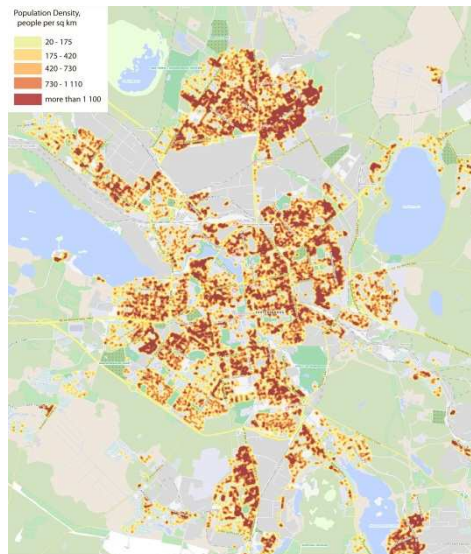


Кейс: Подготовка данных для консалтинговых отчетов. Knight Frank

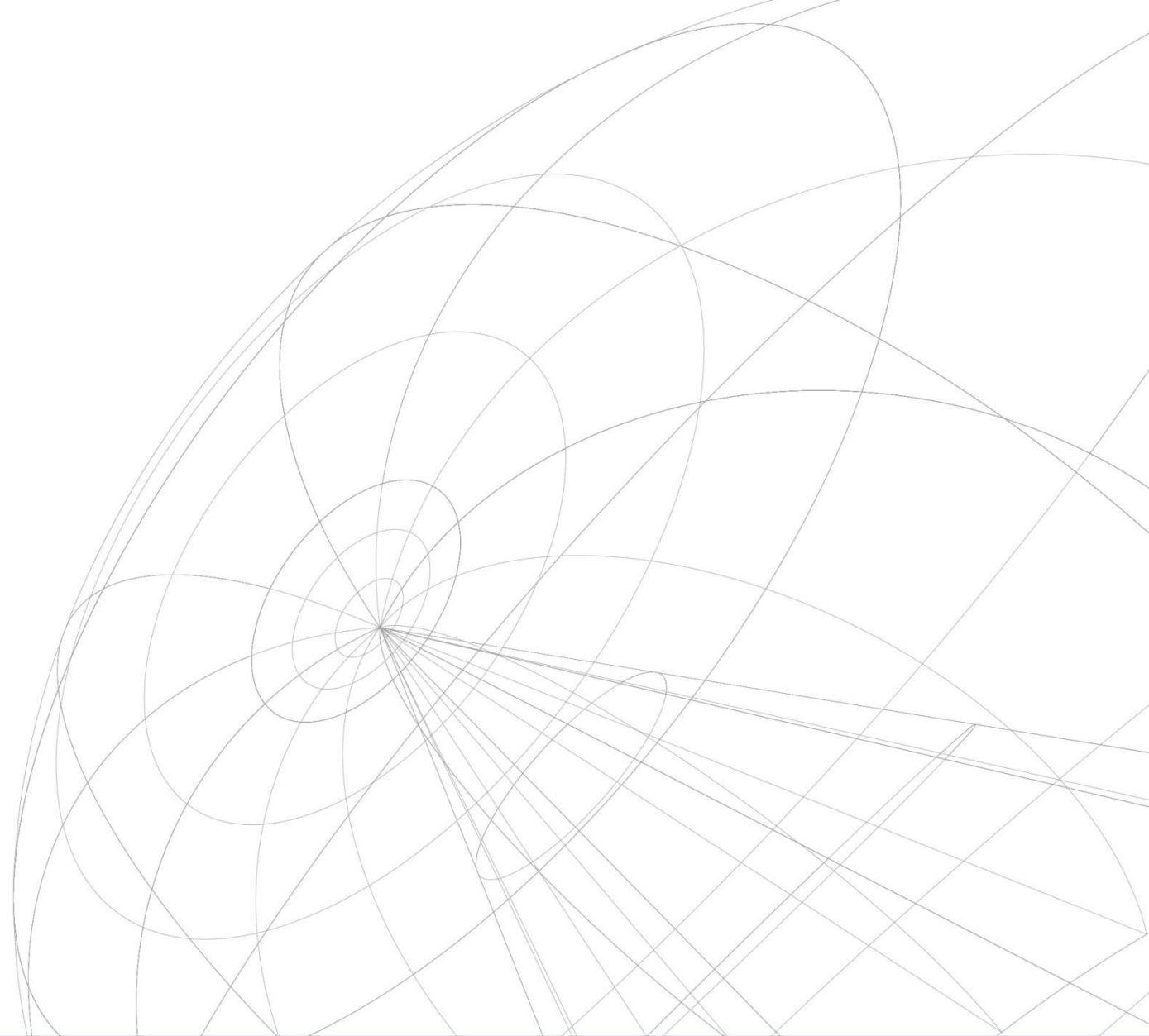
Построение зон транспортной и пешеходной доступности

Построение карт плотности населения

Анализ конкурентного окружения участка



Благодарим за внимание!



ЗАО «Геоцентр-Консалтинг»
121087 Москва, ул. Баркляя, д. 6 стр. 3
Тел./Факс: +7 (495) 620-70-51
www.digimap.ru